

INDICE

	p.
Ringraziamenti	5
Introduzione di <i>Federica Venier</i>	11
Dalla retorica all'architettura dell'informazione per il web. <i>Dispositio</i> e <i>trovabilità</i> di <i>Luca Rosati</i>	15
PARTE PRIMA	
Il testo in Rete e i suoi principi organizzativi retorici: tra Grice e Calvino di <i>Francesca Ursini</i>	31
Introduzione	33
1. Calvino e il web	37
1.1. Le <i>Lezioni americane</i> : i sei valori della comunicazione futura	37
1.2. Analisi delle sei caratteristiche nella prospettiva della scrittura <i>on-line</i>	38
1.3. Considerazioni conclusive	43
2. Scrivere per il web	43
2.1. La scrittura elettronica dagli anni ottanta a oggi	43
2.2. Lo stile del <i>web</i>	45
2.3. Grice e il <i>web</i>	47
2.3.1. L'internetese	48
3. Il <i>web writing</i>	50
3.1. I principi che governano il <i>web writing</i>	50
3.2. Retorica e <i>web writing</i>	53
3.3. La metatestualità del <i>web</i> : categorie o metacategorie?	55
3.4. Figure e metafigure del <i>web</i>	58
4. Conclusioni	60
BIBLIOGRAFIA	62
SITOGRAFIA	65

PARTE SECONDA

Il retore della Rete e i suoi obiettivi: elementi di Architettura dell'Informazione di Anna Maria Mazziotti	67
Introduzione	69
1. Architettura dell'Informazione di un prodotto culturale: l'opera lirica	70
1.1. Che cos'è l'Architettura dell'Informazione	70
1.2. Un modello progettuale <i>User Centered</i>	73
1.3. Importanza della fase analitica nella progettazione	74
1.3.1. Prima fase: <i>Discovery</i>	74
1.3.2. Seconda fase: <i>Analysis</i>	76
1.4. Verso una 'materializzazione' del sito. Terza fase: <i>Architecture</i>	77
1.4.1. L'organizzazione dei contenuti	77
1.4.2. I sistemi di classificazione	78
2. Opera lirica e selezione del pubblico di Internet	80
2.1. L'importanza di uno studio sul pubblico e sui pubblici	80
2.2. Il pubblico dell'opera lirica: un'analisi dello stato attuale	82
2.3. Internet e le sue potenzialità: si tratta di un <i>nuovo</i> pubblico?	84
3. L'Italia e il Regno Unito: punti in comune e differenze nell'uso di Internet di due teatri lirici	87
3.1. Il <i>web</i> all'interno dei teatri lirici	87
3.2. La valutazione euristica dei siti <i>web</i>	88
3.3. Analisi del sito del Teatro alla Scala	88
3.4. Analisi del sito della Royal Opera House	93
3.5. Comparazione fra le due realtà	98
4. Conclusioni	99
BIBLIOGRAFIA	101
SITOGRAFIA	103

PARTE TERZA

Il pubblico che sfugge alla Rete: il <i>digital divide</i> tra globale e locale	105
di <i>Valentina Severoni</i>	
Introduzione	107
1. Cosa si intende per <i>digital divide</i>	109
1.1. Definizione, origine e successivo impiego del termine	109
1.2. Le cause del <i>digital divide</i>	113
1.3. Il binomio retorica- <i>digital divide</i>	118
1.4. Il <i>knowledge-gap</i>	120
1.5. Oltre il <i>knowledge-gap</i>	121
2. Il <i>digital divide</i> in Italia	124
2.1. Dal piano internazionale a quello nazionale	124
2.2. Le caratteristiche del divario digitale in Italia	127
2.2.1. Il divario geografico e infrastrutturale	128
2.2.2. Il divario socio-economico	131
2.2.3. Il divario generazionale	132
2.2.4. Il divario di genere	133
2.3. Il <i>knowledge-gap</i> in Italia	134
2.4. Che significa e come è possibile superare il <i>digital divide</i> interno	136
2.4.1. Un obiettivo distributivo	137
2.4.2. Alcune proposte	138
3. Dal globale al locale: come si affronta il <i>digital divide</i> a Perugia	139
3.1. Uffici virtuali e uffici reali: migliora il giudizio dei Perugini nei confronti della Pubblica Amministrazione Locale e delle nuove tecnologie	139
3.2. Perugia cambia la carta	141
3.2.1. La carta d'identità cambia nome, aspetto e anche "identità"	141
3.2.2. Oltre le infrastrutture, il linguaggio semplificato	142
3.3. Farsi capire: come interviene la retorica nella semplificazione della comunicazione	143
3.3.1. Una rielaborazione dello schema aristotelico classico	
3.4. Le caratteristiche del linguaggio burocratico e i tentativi di semplificazione messi in atto	147

p.

3.4.1. La redazione dei testi per la promozione della CIE: l'uso
del linguaggio per ridurre il divario digitale 148

4. Considerazioni conclusive 150

BIBLIOGRAFIA 151

SITOGRAFIA 155